

## UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

---

*School of Business Management*  
Skripsi Sarjana Ekonomi  
Semester Genap 2014/2015

### ***ANALYSIS THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TOWARDS BRAND AWARENESS AND ITS IMPACT ON BUYING DECISION (CASE STUDY: STARINDO PROPERTY)***

**Indra Januarto      1501150682**

#### ***Abstract***

*The purpose of this research is to know whether there is a significant influence among variable Service Quality, Brand Awareness and Buying Decision given by Starindo Property. In Starindo Property is the one of the company selling or bought a house where the Starindo property focusing on the sale of property business to consumer commonly called b2c with , so far Starindo property already have many competitors and wants to know that reciprocal opportunities to give consumers Starindo property .A method of research to be used by the writer in investigating this problem is by using a method of path analysis that will be test on Service Quality variable as X and y Brand Awareness as Y and buying decision variable as Z. Data obtained by spreading the questionnaire to the respondents use time horizon and the spread of cross sectional is done online or offline to consumers from Starindo Property.*

**Keywords :** *Service Quality, Brand Awareness, Buying Decision, Property Company.*

*School of Business Management*  
Skripsi Sarjana Ekonomi  
Semester Genap 2014/2015

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *BRAND AWARENESS* SERTA DAMPAKNYA TERHADAP *BUYING DECISION*  
(STUDI KASUS: STARINDO PROPERTY)**

**Indra Januarto      1501150682**

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini, adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antar variable *Service Quality*, *Brand Awareness*, dan *Buying Decision* yang diberikan oleh Starindo Properti. Dalam bahasan ini Starindo Properti merupakan salah satu perusahaan jual beli properti (rumah atau ruko) dimana Starindo Properti ini berfokus pada penjualan properti *business to consumer* yang biasa disebut dengan B2C, sejauh ini Starindo Properti sudah memiliki banyak pesaing dan ingin mengetahui peluang timbal balik yang konsumen berikan ke Starindo Properti. Metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam meneliti masalah ini adalah dengan menggunakan metode analisis Path Analisis dimana variable yang akan diuji adalah X *Service Quality* dan variable Y *Brand Awareness* lalu Variable Z *Buying Decision*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden menggunakan *time horizon* yaitu *cross sectional* lalu penyebaran dilakukan secara online maupun offline kepada konsumen dari Starindo Properti.

Kata kunci : *Service Quality*, *Brand Awareness*, *Buying Decision*, *Property Company*